



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>76806</b>	De <b>M. Frédéric Lefebvre</b> ( Union pour un Mouvement Populaire - Français établis hors de France )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Commerce extérieur, tourisme et Français de l'étranger		<b>Ministère attributaire</b> > Commerce extérieur, tourisme et Français de l'étranger
<b>Rubrique</b> >tourisme et loisirs	<b>Tête d'analyse</b> >politique du tourisme	<b>Analyse</b> > numérique. rapport parlementaire. propositions.
Question publiée au JO le : <b>24/03/2015</b> Réponse publiée au JO le : <b>06/10/2015</b> page : <b>7583</b>		

### Texte de la question

M. Frédéric Lefebvre attire l'attention de M. le secrétaire d'État, auprès du ministre des affaires étrangères et du développement international, chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger sur les conclusions du rapport d'information de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français. Le tourisme est un des atouts majeurs de notre économie, puisque notre pays accueille chaque année plus de 80 millions de visiteurs. En 2013, le tourisme a représenté 7,4 % de notre PIB et la destination France a conservé le premier rang mondial, avec 84,7 millions d'arrivées de touristes internationaux, et le troisième rang en termes de recettes (42,7 milliards d'euros). Si notre pays dispose d'avantages indéniables, il n'en demeure pas moins que le secteur du tourisme connaît une profonde mutation avec l'émergence d'une concurrence internationale de plus en plus compétitive sur un marché en plein développement. Le développement du « e-tourisme » et du « m-tourisme » (tourisme utilisant le support de terminaux mobiles) est sans conteste l'une des évolutions les plus marquantes de ce marché et peut constituer pour le secteur touristique français une opportunité de croissance et de renouvellement. Selon les dernières estimations le « e-tourisme » représenterait un chiffre d'affaires annuel évalué entre 12,4 et 18 milliards d'euros. Dans cette perspective les rapporteurs de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale suggèrent de redéfinir le rôle et les missions des organismes institutionnels de tourisme face aux mutations générées par le numérique dans leur rapport avec les prestataires locaux et la clientèle touristique. Il demande de lui indiquer si le Gouvernement entend donner une suite favorable à cette suggestion.

### Texte de la réponse

Internet et le numérique ont fortement impacté le secteur du tourisme, tant du point de vue de la chaîne de valeur que du point de vue des usages des consommateurs. Les professionnels du tourisme doivent adapter leur offre et leur organisation afin de répondre aux nouvelles attentes des clientèles touristiques et rester compétitifs. Pour les territoires, l'adaptation au numérique et la visibilité sur Internet revêtent un enjeu d'attractivité majeur. Les Assises du tourisme ont largement mis en avant l'apport du numérique pour doper l'économie touristique. Plus récemment, plusieurs initiatives gouvernementales telles que la Mission Lemoine, commanditée par le ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, ou le Conseil de la promotion du tourisme, installé par le ministère des affaires étrangères et du développement international, ont formulé des recommandations pour améliorer la prise en compte du numérique dans le renforcement de l'attractivité et de la compétitivité de l'offre touristique française. Ces propositions font d'ailleurs échos aux conclusions du rapport d'information de la commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français. Le



renforcement de l'innovation dans le tourisme se traduit notamment par une meilleure appropriation du numérique par les acteurs institutionnels du tourisme afin de s'adapter aux mutations induites. La banalisation d'Internet et la multiplication des points d'accès à l'information a remis en question le rôle de « porte d'entrée du territoire » et le statut des informations transmises par les organismes de promotion touristiques, tels que les offices de tourisme. Pour y remédier, le ministère chargé du tourisme accompagne depuis 2011 la fédération des Offices de Tourisme de France dans le développement du numérique pour améliorer l'accueil et le conseil en séjour (publication de guides méthodologiques, organisation de journées de sensibilisation, R&D et observation des usages de services innovants, ...). L'objectif de ce chantier vise à conforter le rôle central des acteurs institutionnels, en lien avec les prestataires touristiques locaux, dans la promotion de l'offre qualifiée d'un territoire et dans la construction d'un écosystème de services de qualité exploitant les ressources liées au numérique à l'échelle de sa destination.